



## **Sweets Global Network: Positive Signale für das süße Weihnachtsgeschäft 2013**

**Konsumfreudigkeit der Deutschen und winterliche Temperaturen befeuern den Optimismus der Branche**

**Klasse statt Masse: Systematische Aufwertung des saisonalen Süßwaren-segments**

**Tradition und Innovation: Deutsche Hersteller setzen weltweit Trends und machen Süßwaren, made in Germany, zum Exportschlager**

**Hohe Qualitäten und eine einmalige Kreativität: Mittelständische Familien- und Traditionsunternehmen prägen die süße, weihnachtliche Welt**

**Von zentraler Bedeutung: Konsequente Nachhaltigkeit und Produktverantwortung**

**Gesamtumsatz in der Herbst- und Weihnachtssaison liegt bei rund 550 Mio. Euro**

**Rekord: Über 140 Mio. Schoko-Hohlfiguren, über 80 Mio. Adventskalender**

***München. – Die Vorhersage klingt fast wie ein vorgezogenes Weihnachtsgeschenk: Rechtzeitig zum anstehenden Nikolaustag verkünden die Wetterexperten jenen Zauber, den Kinder lieben, den Autofahrer vielleicht doch eher befürchten und der aber gerade auch für die deutsche Süßwarenwirtschaft ein gutes Omen ist: Schnee und winterliche Temperaturen.***

Für die Süßwarenhersteller zwischen Passau und Freiburg ist jetzt ohne Zweifel Hochsaison, rein unternehmerisch eben der zentrale Zeitraum, in dem der Absatz nach oben schnell und noch wesentliche Pluspunkte für das Jahresergebnis erzielt werden können. „Es geht im Kern aber nicht nur um pure Quantitäten, Verkaufszahlen und Massengeschäft. Im thematischen

Umfeld von Weihnachten kann die deutsche Süßwarenwirtschaft ihr klassisches Können, ihr traditionelles Selbstverständnis, ihre Kreativität und ihre Innovationskraft auf breiter Ebene perfekt präsentieren“, betont **Hans Strohmaier**, Vorstandsvorsitzender des Internationalen Süßwarenhandelsverbandes **Sweets Global Network (SG)**.

Gerade im Dezember und mit dem Startpunkt Nikolaustag verwandeln sich die Handlungsauslagen, vor allem in den Fachabteilungen der Kaufhäuser, Supermärkte und in den zahlreichen, spezialisierten Fachgeschäften zu einem süßen Wunderland, das weltweit seinesgleichen sucht.

Strohmaier: „Das süße Weihnachtsgeschäft, besonders im Schokoladensegment, ist wesentlich auch von einer Vielzahl mittelständischer Familien- und Traditionsunternehmen geprägt, die über ein hohes Maß an spezifischem Know-How und exklusiven Spezialitäten-Sortimenten verfügen. Süßwaren und vor allem auch Schokoladen aus Deutschland sind längst eine weltweit anerkannte Leitmarke, die ihren herausgehobenen Status besonders den handwerklichen Produktionsverfahren, Premium-Qualitäten, Top-Sortimenten und wertigen Produkten zu verdanken hat. Wesentlich Schokoladen-Hohlfiguren, aber auch viele andere süße Produkt-Highlights aus Deutschland sind dementsprechend längst ein Exportschlager auf allen Kontinenten.“

Nach einer aktuellen SG-Umfrage beurteilen die deutschen Süßwarenhersteller den derzeitigen Verlauf des Herbst- und Weihnachtsgeschäftes als durchaus erfreulich und positiv. Dieser Trend ist wesentlich auch der anhaltenden Konsumfreudigkeit der Deutschen und den eher kühlen, teilweise schon winterlichen Wetterverhältnissen geschuldet. Fakt ist auch, dass der Handel – quer durch alle Vertriebsarten – seine Süßwarenpräsentationen ständig aufwertet und zu regelrechten „Highlight“-Abteilungen weiterentwickelt. Es geht vor allem auch um Klasse statt Masse, um eine neue Kreativität, um spannende Produkt- und Geschenkideen, die von exklusiven Nischen- und „Soul-Food“-Produkten bis hin zu kompakten Markensortimenten reichen.

Strohmaier: „Die Verbraucher sind durchaus anspruchsvoller geworden, verlangen nach besonderen Genussmomenten und nach Produkten, die eben nicht von der Stange kommen, sondern vor allem auch als hochwertige, sehr liebevolle und persönliche Geschenke dienen. Diese Tendenz gilt gerade auch für das Segment Schokolade, das mit einer enormen Vielfalt an abwechslungsreichen Kreationen, ganz unterschiedlichen Geschmacksrichtungen und Sondereditionen glänzt. Zudem wird das Thema Nachhaltigkeit und Natürlichkeit immer bedeutender – etwa bei der Auswahl der Rohstoffe, der Produktionsverfahren und im Verpackungsbereich. Zudem gibt es eine Vielzahl an neuen, spezialisierten Anbietern, die alternative Marketing- und Vertriebsideen einsetzen – etwa über das Internet oder mit Spezialitäten-Shops.“

**Die Umsatz- und Absatzentwicklungen der letzten Jahre sprechen für sich: „Weihnachtsmänner aus Schokolade“ sind ohne Zweifel die Stars im süßen Weihnachtsgeschäft. Mit einem Gesamtumsatz von rund 100 Mio. Euro stehen sie an der**

**Spitze des Umsatzrankings weihnachtlicher Süßwaren. Insgesamt werden in Deutschland für die Herbst- und Weihnachtssaison über 140 Mio. Schoko-Hohlfiguren produziert, rund ein Viertel davon geht in den weltweiten Export. Auch im Bereich Adventskalender steigt der Absatz kontinuierlich, die Gesamtmenge liegt bei über 80 Mio. Exemplaren. In der Herbst- und Weihnachtssaison (September bis Dezember) konsumieren die Deutschen zusätzlich im Durchschnitt Süßwaren im Gesamtwert von rund 500 Mio. Euro.**

Es spricht also eigentlich alles dafür, dass das Endergebnis der süßen Herbst- und Weihnachtssaison 2013/2014 durchaus positiv ausfallen wird. Strohmaier abschließend: „Trotz der teilweise dramatisch gestiegenen Kosten in den Bereichen Rohstoffe, Energie, Verpackung und Logistik – können die Konsumenten in Deutschland auch weiterhin hochwertige Süß- und Schokoladenwaren zu fairen Preisen kaufen, die übrigens im europäischen Vergleich mit Abstand die günstigsten sind. Der Verbraucher trifft zudem auf eine Vielzahl an Produkten und Sortimenten, die vom Preiseinstieg bis hin zu Premium-Varianten für jeden Geldbeutel etwas bieten.“

Weitere Informationen:

**Sweets Global Network (SG)**

**Pressestelle**

**Martin Heinen**

[m.heinen@pr-heinen.de](mailto:m.heinen@pr-heinen.de), Tel. 0172 160 1962